

研究报告

开放获取

跨文化语境下的滋补话语建构与文化认同：基于中西媒体语料的比较分析

安圆圆 ✉

长春科技学院, 语言文化学院, 长春, 130600

✉ 通信作者: 15904310496@163.com医学遗传学与疾病研究, 2026 年, 第 15 卷, 第 1 期 doi: [10.5376/mgdr.2026.15.0001](https://doi.org/10.5376/mgdr.2026.15.0001)

收稿日期: 2025 年 11 月 30 日

接受日期: 2025 年 12 月 31 日

发表日期: 2026 年 1 月 15 日

本文首次发表在医学遗传学与疾病研究上, 现依据版权所有人授权的许可协议, 采用 Creative Commons Attribution License, 协议对其进行授权, 再次发表与传播

建议最佳引用格式:

安圆圆, 2025, 跨文化语境下的滋补话语建构与文化认同: 基于中西媒体语料的比较分析, 医学遗传学与疾病研究, 15(1): 1-15 ([10.5376/mgdr.2026.15.0001](https://doi.org/10.5376/mgdr.2026.15.0001)) (An Y.Y., 2026, Construction of Zibu discourse and cultural identity in cross-cultural contexts: a comparative analysis based on Chinese and western media corpora, Yixue Yichuanxue Yu Jibing Yanjiu (Medical Genetics and Disease Research), 15(1): 1-15 (doi: [10.5376/mgdr.2026.15.0001](https://doi.org/10.5376/mgdr.2026.15.0001)))

摘要 在全球健康意识攀升与跨文化传播全球化的背景下, 滋补这一植根于中医与中华饮食文化的概念, 其跨文化意义生产与话语建构呈现显著差异。本研究以中西媒体双语语料库为基础, 结合关键词分析、框架分析与批评话语分析模型, 系统比较了中西媒体对滋补/养生相关概念的叙事策略、框架建构与价值取向。研究发现, 中国媒体以中医整体观为核心, 强调滋补的文化连续性、家庭伦理与国家认同功能, 将其嵌入文化遗产与民族自信的宏大叙事; 西方媒体则依托营养科学与循证医学框架, 突出滋补的科学验证、风险管控与消费主义属性, 将其塑造为个体化健康优化的商品与潮流。同时, 滋补在跨文化传播中经历语义弱化、功能重编码与文化再建构的三重漂移, 其原有的中医哲学内涵被简化为功能性诉求或异域化符号。本研究揭示了文化模型、价值体系对健康话语的深层塑形作用, 弥补了跨文化健康传播研究中缺乏系统比较的不足, 为构建具有文化敏感性的全球健康叙事提供了理论参考与实践启示。

关键词 滋补(zibu); 跨文化传播; 媒体话语; 文化认同; 语义漂移

Construction of Zibu Discourse and Cultural Identity in Cross-Cultural Contexts: A Comparative Analysis Based on Chinese and Western Media Corpora

Yuanyuan An ✉

Faculty of Linguistic and Culture Studies, College of Science and Technology Changchun, Changchun, 130600

✉ Corresponding author: 15904310496@163.com

Abstract In the context of rising global health awareness and increasingly internationalized cross-cultural communication, the concept of zibu-rooted in Traditional Chinese Medicine (TCM) and Chinese dietary culture-exhibits significant differences in meaning-making and discourse construction across cultures. Drawing on a bilingual corpus of Chinese and Western media, and employing keyword analysis, frame analysis, and a critical discourse analysis model, this study systematically compares the narrative strategies, framing devices, and value orientations used by Chinese and Western media in representing zibu/wellness. The findings reveal that Chinese media, guided by the holistic TCM worldview, foreground the cultural continuity, familial ethics, and national identity functions of zibu, embedding it within broader narratives of cultural heritage and national confidence. In contrast, Western media rely on frameworks of nutritional science and evidence-based medicine, emphasizing scientific validation, risk management, and consumerism, thereby reshaping zibu as a marketable trend for individualized health optimization. Furthermore, zibu undergoes a three-stage semantic drift in cross-cultural transmission-semantic weakening, functional recoding, and cultural reconstruction-whereby its original philosophical depth in TCM is reduced to functional claims or exoticized symbols. This study highlights how cultural models and value systems profoundly shape health discourse, addresses the gap in systematic comparisons within cross-cultural health communication research, and offers theoretical and practical insights for constructing culturally sensitive global health narratives.

Keywords Zibu; Cross-cultural communication; Media discourse; Cultural identity; Semantic drift

在全球健康意识迅速攀升的背景下, 以促进身心平衡、提升免疫力与延缓衰老为核心诉求的滋补/养生 (nourishment and wellness) 正逐渐成为跨文化语境中的公共议题。伴随数字媒体与跨国平台的扩张, 健康信息的生产与流通呈现出前所未有的全球化趋势, 使滋补这一深植于中华传统医学与饮食文化的概念被重新编码, 获得新的社会意义与消费价值。尤其是在后疫情时代, 围绕增强体质、提升抵抗力、自然疗愈等主

题的报道显著增加(Qin and Chen, 2025), 推动滋补话语从传统医理与家传经验的范畴延伸至大众媒体、健康产业营销与生活方式叙事等更为多元的场域。

尽管滋补在中文语境中常与身心整体调和、阴阳平衡以及体质差异等传统医学知识体系相连, 其跨文化传播过程却并非简单的语言对等。既有研究指出, 西方媒体在呈现 nourishment、wellness、supplements 或 functional foods 等相关概念时, 更倾向于采用科学证据、营养指标与风险规避等现代健康话语框架, 将此类实践定位为替代或补充医学的一部分, 并在一定程度上伴随异域化或怀疑性表征(Zhu, 2021; Pan, 2024)。相较之下, 中国媒体则普遍强调传统健康实践的文化延续性、专业性与国家形象功能, 突显其作为文化遗产与民族认同象征的地位(Qin and Chen, 2025)。这种差异反映出文化模型、价值取向与媒体建构方式在跨文化语境下对滋补/养生意义生产的深度塑形。

基于此, 本研究旨在系统比较中西媒体在呈现滋补/养生概念时的叙述策略、框架建构与隐含价值观念, 从而揭示其背后的文化逻辑差异。一方面, 中国媒体围绕滋补展开叙述时, 往往借助传统医理、季节性调护与家庭伦理等文化符码, 强调人与自然之间的和谐与整体性健康观念(Qin and Chen, 2025), 并通过权威机构与专业从业者的形象建构来强化其可信度与文化连续性(Pan, 2024)。另一方面, 西方媒体在报道类似概念时往往采用强调科学可证性、个体责任与健康风险管理的现代医学话语框架(Zhu, 2021), 并倾向将相关实践置于市场化健康消费与生活方式选择的叙事中。这些差异不仅体现了文化体系对健康知识的建构方式不同, 也可能影响公众在跨文化传播中对滋补/养生概念的理解、接受与再生产。

为实现上述研究目标, 本研究构建了覆盖主要新闻媒体与高传播度新媒体平台的中英文双语语料库, 以滋补/养生及其英文对应概念为核心检索词, 系统采用关键词分析与框架分析相结合的方法, 并以 Fairclough 的三维批评话语分析(CDA)模型作为理论基础(Pan, 2024)。关键词分析有助于揭示两类语料在词频、搭配特征与语义场构型上的差异, 从而反映话语关注点与概念边界在跨文化语境中的变化; 框架分析则有助于明确媒体如何通过特定解释模型组织意义、建构健康知识并影响受众对滋补概念的理解(Zhu, 2021; Qin and Chen, 2025)。通过对评价性词汇、情态动词与叙事范畴的系统比较, 本研究得以识别中西媒体在科学性、可信度、文化身份等关键维度上的话语建构差异。

本研究将探讨滋补话语在全球流通中的权力关系、文化定位与身份建构逻辑, 也弥补了既有研究中对健康相关话语跨文化建构缺乏系统比较的不足。通过阐明文化模型、媒体实践与全球健康传播之间的动态互动, 本研究为跨文化健康传播与文化认同研究提供了新的分析框架, 同时也为媒体机构、政策制定者与跨国健康传播主体在构建更具文化敏感性的全球健康叙事方面提供参考。

1 理论框架

1.1 跨文化传播与文化认同理论

跨文化传播理论强调意义在跨文化互动中的生成与再阐释过程, 指出当信息在不同文化体系间流动时, 会受到文化模型、价值体系与符号资源差异的系统性影响(Gudykunst, 2004; Zaliznova, 2021)。经典研究表明, 跨文化传播并非单纯的语言转换, 而是一个包含编码、解码与再情境化的复杂过程, 其中框架筛选、语境期望与认知图式的重构尤为关键(Gudykunst, 2004)。在健康与滋补/养生相关话语的跨文化传播中, 这一过程更为复杂: 话语不仅嵌入传统医学知识体系、饮食文化与社会规范, 也与当代全球健康潮流、产业逻辑及数字媒体技术的演化紧密交织(Huang, 2024; Li, 2025)。

跨文化传播研究进一步指出, 在媒介全球化背景下, 媒体话语不仅被动反映文化态度与价值, 更积极参与意义与权威的协商, 是文化认同建构的重要场域(Zaliznova, 2021; Huang, 2024)。文化认同理论强调, 认同并非固定不变的实体, 而是正在发生中的过程, 在各种传播实践中通过叙事、语言选择与象征性资源的运用不断被建构与重构。在数字媒体高度渗透的情境中, 技术媒介能力、象征性再现与社会参与之间的互动, 为文化身份表达提供了新的平台, 也为身份争议与协商创造了条件(Li, 2025; Yao, 2025)。

具体到滋补/养生话语, 中西媒体在文化认同建构上的差异尤为显著。一方面, 中文媒体往往将传统健康实践呈现为民族文化与文明连续性的组成部分, 强调其体现天人合一、人与自然和谐以及家族伦理等文化价值, 以此强化国家与民族文化认同(Li, 2025; Qin and Chen, 2025)。另一方面, 西方媒体则倾向于将相关实践归为主流医学之外的替代或补充范畴, 叙事中经常伴随异域化、怀疑或风险化的表征(Zhu, 2021;

Zaliesnova, 2021; Pan, 2024)。这种认同建构的非对称性显示，跨文化语境中的滋补概念并非单一、稳定的存在，而是被置于不同的意识形态结构与话语权力关系之中。

1.2 媒体话语分析与概念隐喻

媒体话语分析(media discourse analysis)关注媒体如何通过框架、话语策略与叙述资源构建特定的社会现实。Entman (1993)的框架理论指出，媒体通过选择性地强调问题的某些方面、提供因果解释与价值判断，从而组织受众对事件与概念的理解。在滋补/养生的跨文化媒体呈现中，中国媒体常以体质、调理、阴阳平衡、四时养生等传统概念作为框架元素，而西方媒体则侧重营养成分、功能性食品、临床证据、风险规避等现代健康话语资源(Pan, 2022; Yi, 2025)。媒体话语分析有助于揭示这些框架如何参与文化知识的选择性再现，并影响不同文化群体对滋补/养生意义的建构(Zaliesnova, 2021; Abdumalikovna, 2025)。

方法论上，本研究借鉴语料辅助的话语分析路径，将定量关键词分析与定性框架分析相结合，以识别中西媒体文本中高频词、评价性搭配及其与特定框架的联结模式(Pan, 2022; Yi, 2025)。这使我们能够从词汇分布、共现结构与语篇结构三个层面，系统考察滋补话语在不同媒体系统中的再现差异。

概念隐喻理论(conceptual metaphor theory, CMT)进一步为理解媒体如何表述滋补提供语言与认知的解释路径。隐喻不仅是修辞工具，更是组织人类思维与经验的基本认知机制。在中文媒体中，滋补常被隐喻为补充能量、修复身体、调和阴阳，隐含整体性与动态平衡的中医哲学；而在西方媒体中，nourishment或wellness更常被隐喻为优化系统、强化免疫、提升性能，体现的是机制化、功能性与个体绩效导向的健康观(Guan and Forceville, 2020; Pan, 2022)。跨文化比较这些隐喻模型，有助于揭示不同文化在构建健康知识时所依赖的基本认知结构，以及媒体如何通过隐喻强化或质疑特定健康理念(Abdumalikovna, 2025; Ge, 2025)。

当代媒体话语具有显著的多模态特征，文本、图像、声音与数字交互共同参与意义建构。相关研究表明，隐喻与转喻在跨语言与多模态传播中发挥关键作用，尤其是在短视频、广告片与社交媒体推广中，视觉-语言复合隐喻成为构建跨文化意义的重要资源(Guan and Forceville, 2020; 安圆圆等, 2025; Ge, 2025)。因此，本研究在分析滋补/养生媒体话语时，不仅关注文本层面的隐喻与框架，还将结合典型视觉素材，对中西媒体在多模态隐喻使用上的差异进行探索性比较。

1.3 语义漂移与文化再建构

语义漂移(semantic shift)理论强调，词汇意义在跨文化传播中会因知识体系、社会背景与话语环境的变化而产生系统性偏移。当滋补概念从中华文化语境传播至英语世界时，其语义往往不再完全对应传统中医语境中的丰厚文化内涵，而更接近dietary supplement、functional food或holistic wellness等概念框架(Zhang, 2024; Miao, 2025)。这一语义漂移并非简单的语义弱化，而是文化要素的重新组织与意义再投射过程，反映了概念在跨文化互动中被重新定位的机制(Zhang, 2024)。在语言传播与翻译研究中，语义漂移被视为文化知识在跨语境适应中的关键环节，能够揭示词汇意义如何在不同文化之间实现再嵌入(re-embedding)(Zaliesnova, 2021; Miao, 2025)。

认知翻译理论强调认知图式与概念整合在跨文化理解中的关键作用(Zhang, 2024)。翻译并非简单的词对等匹配，而是对源语概念在目标文化中的再建模过程，需要平衡语言规范、医学范式与文化期待之间的张力。当西方医学概念进入中文语境，或中医概念进入西方媒体时，往往伴随新词汇的创造、旧词义的扩展以及既有文化框架的重塑，这一过程体现了更广泛的权威争夺、合法性建构与文化认同协商(Zhang, 2024; Miao, 2025)。在滋补/养生语境中，诸如tonic, supplement, nourishing, wellness等不同译项或对应表达，均隐含不同的概念焦点与文化定位。

文化再建构(cultural reconstruction)理论进一步指出，当外来概念进入特定文化语境时，往往经历选择性吸收、符号重塑与价值再编码，以适应本土文化的认知模式与传播需求(Zhang, 2024)。在西方媒体中，滋补相关概念通常被整合进营养科学与循证医学的话语体系，以风险管理、证据等级和法规监管为核心参照系；而在中国媒体中，源自西方的wellness、superfood等概念则常被改写为与中医或传统饮食文化相契合的表达，如抗氧化滋补、功能性养生食材等(Zhang, 2024; Qin and Chen, 2025)。这种双向的文化再建构表明，滋补/养生不仅是一种健康行为概念，更是文化认同、知识体系与价值结构博弈的结果(Zaliesnova, 2021; Miao, 2025)。

2 材料与方法

2.1 媒体语料构建：中文与英文报道的选择原则

本研究以中西媒体关于滋补/养生相关主题的报道为核心语料，旨在捕捉该概念在跨文化公共传播层面的语义演化与框架差异。语料构建采用主流性+议题相关性的双重标准，与既有关于中西媒体中中医/健康话语的语料化研究保持一致(Pan, 2024a; Pan, 2024b)。

中文语料主要来源于中央级与省级主流新闻媒体(如《人民日报》，《中国日报》，《新华社》等)、门户网站健康频道(如新浪，网易健康)，以及高传播度的新媒体平台(如若干重点微信公众号与健康类内容平台)。此类媒体在塑造关于滋补/养生、中医及健康消费的主流话语方面具有显著的议程设定与形象建构功能(Pan, 2024a; Pan, 2024b)。为兼顾话语稳定性与近年健康消费主义兴起带来的语言增量与话语转向，中文语料时间跨度设定为 2020 年 1 月至 2023 年 12 月，该时段也对应新冠疫情引发全球健康议题高度集中的阶段(Pan, 2024a)。

英文语料则选取欧美主流报刊(如 The New York Times, The Guardian, USA Today, The Times)、健康类杂志与权威科普媒体(如 WebMD, Healthline)，以及与消费健康和生活方式相关的数字媒体平台(如 Well+Good, MindBodyGreen)。这些媒体在呈现 tonic, wellness, supplement, functional food (s)等概念时具有较高的公共话语生成能力，能够反映当代西方健康观念中的制度逻辑、科学化取向与商业化特征(O'Neill, 2020; Pan, 2024a)。两套语料均覆盖新闻报道、评论文章与特写内容，以保证语篇体裁的多样性与可比性(Gui, 2021; Pan, 2024a)。

语料检索采用关键词检索与人工筛选相结合。中文检索词包括滋补、养生、补品、食补、健康调理、补气、补血、中医等；英文检索词涵盖 tonic (s), health tonic (s), wellness, supplement (s), superfood (s), functional food (s), alternative medicine, TCM, Chinese medicine, herbal medicine 等 (O'Neill, 2020; Pan, 2024a)。在初步检索基础上，通过人工阅读剔除仅将滋补/养生作为边缘性、修辞性提及而非报道核心主题的文本，以确保样本在议题聚焦上的一致性(图 1)。

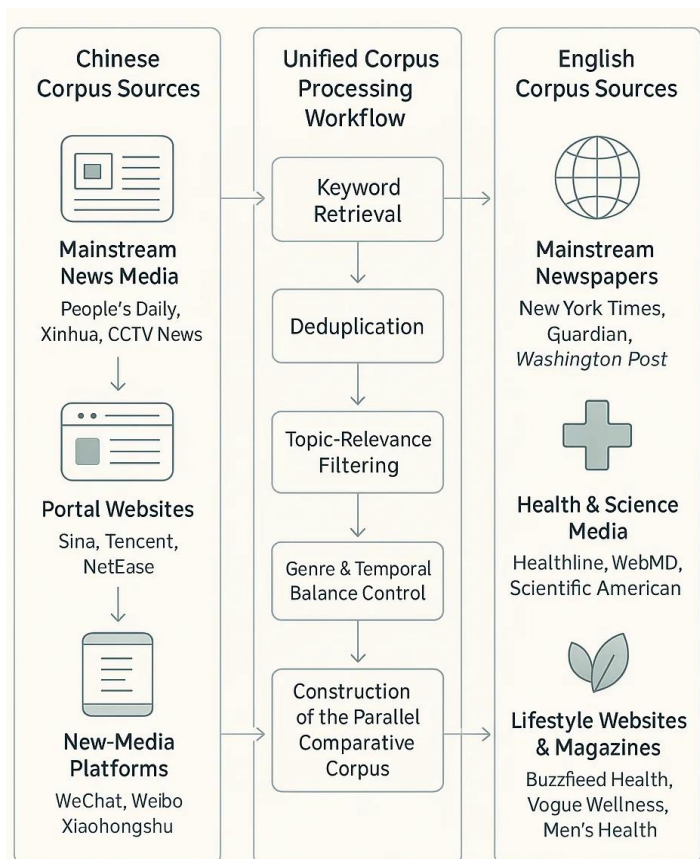


图 1 双语对比语料库构建工作流程

Figure 1 Workflow diagram for constructing the bilingual comparative corpus

2.2 关键词与共现分析：揭示跨文化语义场与概念边界

在语料构建完成后，本研究首先采用关键词与共现分析对中西媒体报道中的语义指向与概念边界进行量化描绘。关键词分析基于词频与关键性指标(如对数似然 $\log$ -likelihood, 互信息 MI 值等), 并结合词类分布特征, 用以识别滋补/养生及其英文对应概念在不同语料系统中所呈现的突出度、搭配模式与话语焦点(Pan, 2024a; Yi, 2025)。此类基于关键性统计的跨语料对比方法已被广泛用于揭示不同媒体体系中的态度模式与议题构型(Gui, 2021; Deckker et al., 2025)。

在中文语料中, 预期高频且关键的共现词包括气血、体质、调理、四时养生、中医药、功效等, 它们指向以整体性与体质差异为中心的传统健康观; 而在英文语料中, *immune support*, *nutrients*, *evidence-based*, *lifestyle management*, *consumer choice*, *regulation* 等词项的共现则更可能体现功能性、科学证据与市场逻辑的聚焦(O'Neill, 2020; Pan, 2024a)。通过比较中英文语料库中关键词列表及其搭配模式的显著差异, 可以识别各自语境中滋补/养生在行为类型、评价维度与制度框架上的核心联结点。

设目标语料中某词项的频次为 O_1 , 参照语料中的频次为 O_2 , 则其期望频次分别为:

$$E_1 = \frac{(O_1 + O_2) \cdot N_1}{N_1 + N_2}, \quad E_2 = \frac{(O_1 + O_2) \cdot N_2}{N_1 + N_2},$$

其中 N_1, N_2 别为两语料的总词数。则该词项的对数似然值可表示为:

$$LL = 2 \left[O_1 \ln \frac{O_1}{E_1} + O_2 \ln \frac{O_2}{E_2} \right]$$

共现分析进一步追踪关键词在句级与篇章层面的语义邻近关系, 用以揭示知识构建模式与语义网络的文化差异。通过构建共现矩阵与语义网络图, 可以观察滋补/养生在中文语料中是否更多植根于传统医学知识体系所形成的整体性健康观, 而在英文语料中是否呈现更强的功能化、指标化与商品化倾向(O'Neill, 2020; Pan, 2024a)。借助网络指标(如度数, 介数中心等), 并结合聚类分析, 本研究得以识别两类语料在话语主题上的潜在聚合路径, 例如: 中文媒体语料可能呈现家庭伦理-身体调养-季节节律的话语链条, 而英文媒体则可能形成科学依据-营养补充-风险防范-监管争议的主题聚类(Gui, 2021; Deckker et al., 2025)。

2.3 框架分析与跨文化比较路径：识别叙事结构与文化价值

在语义量化分析的基础上, 本研究进一步采用框架分析探讨中西媒体如何组织意义、构建健康知识并强化特定文化价值。框架分析借鉴 Entman (1993) 的经典界定, 即考察报道在问题定义、因果阐释、价值评判与行为建议等维度上的系统化呈现。本研究结合既有媒体框架与批评话语分析研究, 对滋补/养生相关报道中的框架进行归类与比较(Gui, 2021; Zhu, 2022; Pan, 2024a)。

分析过程中, 首先基于第二节提出的理论框架与本节关键词/共现结果, 建立初始框架类别, 如身体观框架、知识合法性框架、情感与伦理框架、消费与市场框架等。随后, 通过人工编码与软件辅助检索相结合的方式, 对样本研究本进行框架标注(Zhu, 2022; Pan, 2024a)。编码过程中, 特别关注与传统 vs. 现代、科学 vs. 替代、自我保健 vs. 专家权威相关的二元对立轴线(O'Neill, 2020; Pan, 2024a), 以及报道中使用的显性与隐性评价资源(Deckker et al., 2025)。

在跨文化对比上, 本研究遵循框架类别对等原则, 即在尊重文化差异的前提下, 尽可能将中西语料中的框架单元归入可对比的上位类别。例如, 中文媒体将滋补框定为顺应自然-调和阴阳-维持平衡的身心整体过程时, 可对照西方媒体将 *wellness* 框定为通过可量化指标与行为改变实现健康提升的个体化管理过程; 两者在身体观、能动主体、知识合法性三方面具有可比性, 但在文化资源与象征性身份的具体指向上则存在显著差异(O'Neill, 2020; Zhu, 2022; Pan, 2024a)。

3 媒体话语建构：中西对比

3.1 中文媒体

中文媒体在呈现滋补/养生议题时, 普遍以中医整体观(holistic health paradigm)为中心构建解释路径, 强调身、心与环境之间的动态关联。传统中医被呈现为兼具医疗体系与哲学体系双重属性的整体性知识,

其核心范畴如阴阳、气、五行等，被用来说明身体内部与自然环境之间的互动关系，将滋补框定为通过调理身体、顺应四时、因人施养实现平衡与预防的过程(Nichols, 2021; Kadier et al., 2025; Qin and Chen, 2025)。在此框架下，关于冬季进补、季节性调养的报道，常强调因人制宜、体虚者宜温补等差异化逻辑，体现了以经验医学与传统知识体系为基础的意义建构方式(Gu and Pei, 2017; Qin and Chen, 2025)。

此外，中国媒体广泛将滋补置于国家文化自豪感与历史连续性的宏大叙事之中。中医常被描绘为中华文明的重要名片与对人类健康的中国贡献，与国家政策、产业规划及文化自信话语紧密相连(Gu and Pei, 2017; Wang et al., 2020; Qin and Chen, 2025)。在呈现中西医关系时，报道往往强调优势互补、协同创新，将传统与现代医疗模式的结合塑造为中国式现代化的一部分，而非简单的二元对立(Kadier et al., 2025)。

在新冠疫情等公共卫生危机语境中，这种话语进一步政治化：中医及相关滋补实践被赋予强化民族团结、彰显制度优势与文化自信的象征功能，其疗效争议也常被纳入捍卫中医、讲好中国故事等叙事结构中(Wang et al., 2020; Peng and Chen, 2021; Wang et al., 2024)。在这一逻辑下，滋补不仅是身体健康策略，也是文化记忆与国家身份的媒介。

同时，中文媒体在叙事方式上强调情境性与情感性，经常将滋补置于家庭关系、代际照护与文化传承的微观语境中。妈妈为孩子熬汤、为父母准备滋补佳品、春节进补传统等典型叙事，将滋补实践与家庭伦理紧密结合，使其承载亲情、孝道与代际责任等伦理意义(Gu and Pei, 2017; Qin and Chen, 2025)。这种家庭-民族双重嵌入强化了滋补作为民族文化连续性与日常伦理实践的象征角色。

另一方面，中文媒体也通过叙事融合(narrative blending)将传统中医知识与现代营养学或临床研究进行科学化包装，例如同时引用中医专家与现代医学研究、政策文件与实验数据，以提升话语的科学性与制度合法性，但解释终点仍常回到调理、平衡、坚持长期养生的传统话语(Gu and Pei, 2017; Qin and Chen, 2025)。由此构成一种现代化的传统话语：在形式上高度现代化、科学化，在意义核心上仍植根于整体观与文化认同。

3.2 西方媒体

相较于中文媒体的整体性与文化嵌入，西方媒体在报道 *nourishment, wellness, supplements, superfoods* 等相关议题时，更倾向于依托营养科学与循证医学构建健康意义。报道、评论与健康专栏通常围绕维生素、矿物质、抗氧化物质以及其他功能性成分的生物化学属性展开，以临床试验结果、系统综述或专家共识来论证补充剂的潜在益处与风险(Firth et al., 2019; Fekete et al., 2023; Melero-Bolaños et al., 2025)。在关于膳食补充剂的讨论中，是否有效、是否安全、与药物的相互作用、对特殊人群的风险等成为核心提问，显示出高度医学化与风险规避特征(Peacock et al., 2019; Melero-Bolaños et al., 2025)。

同时，西方媒体普遍在市场与消费主义逻辑下构建健康话语，将滋补行为塑造为一种可购买、可替代、可优化的健康策略。大量报道以产品为中心，通过品牌对比、功效排名、价格-性能评估与用户体验来引导选择，如 *top 10 immune-boosting supplements*、*best evidence-based vitamins for brain health* 等形式，将健康推向个体决策与自我管理范畴(Sirico et al., 2018; Firth et al., 2019; Fekete et al., 2023)。在这一框架中，滋补行为的文化情境被弱化，取而代之的是可测量成效、服用便利和成本-收益考量(Arefin and Team, 2025)。

西方媒体对滋补相关内容的流行化呈现也极为显著。社交媒体与生活方式媒体推动 *biohacking*、*clean eating*、*functional foods*、脑健康补剂、抗衰老配方等热点话题，以时尚、体型管理、认知提升等目标为话语核心(Arefin and Team, 2025; Parga and Coven, 2025)。名人背书、社交平台种草与病毒式传播在报道中频繁出现，塑造出一种趋势驱动的健康消费文化，强调自我优化与身体/形象资本的提升(Sirico et al., 2018; Parga and Coven, 2025)。

然而，相关研究指出，这种趋势驱动呈现也常伴随信息过度乐观、证据不充分或风险信息淡化等问题。媒体一方面倾向于将天然产品与安全建立直接联结，另一方面又不得不在监管机构、专业组织或不良事件报道的推动下，对儿童与其他脆弱群体使用补充剂的潜在风险发出警示，形成流行推崇-科学审视-监管提醒并存的复杂话语结构(Peacock et al., 2019; Fekete et al., 2023; Melero-Bolaños et al., 2025) (图2)。

3.3 叙事差异

综合上述对比可以看到，中西媒体在滋补/养生话语建构中的差异并非停留在词汇选择或报道风格层面，而是嵌入更深层的文化模型、知识体系与社会结构之中。在中文媒体中，滋补被建构为一种具有历史连续性与文化象征性的健康实践，其意义来源于传统医理、家庭伦理与国家叙事的共同参与；叙事逻辑强调文化情境、个体体质差异与长期调理过程，呈现出一种文化嵌入式健康观(Gu and Pei, 2017; Wang et al., 2020; Qin and Chen, 2025)。

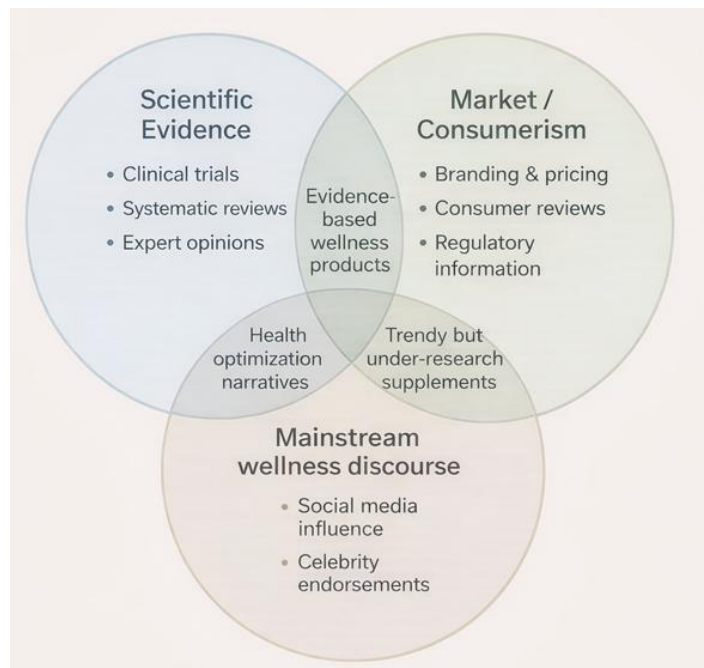


图2 西方媒体对健康与补充剂报道中的三元话语结构

Figure 2 Triadic discourse structure in Western media coverage of wellness and supplements

相对而言，西方媒体则倾向于在科学-消费双重框架下定义滋补相关概念：一方面通过循证医学话语对产品进行评估与质疑，强调有效性、安全性与风险控制(Firth et al., 2019; Fekete et al., 2023; Melero-Bolaños et al., 2025)；另一方面通过消费主义与生活方式叙事，将其塑造为可选择、可替代、可定制的健康资源，使健康行为高度个体化和市场化(Sirico et al., 2018; Arefin and Team, 2025; Parga and Coven, 2025)。

从健康意义来源的角度看，中文媒体强调经验智慧、文化认同与国家话语，西方媒体强调科学证据、监管机制与个体选择。前者通过情境化叙述将健康有机嵌入日常生活与社会关系，后者通过证据链条与产品逻辑将健康转化为可管理、可优化的个人资源。这种差异进一步导致滋补/养生概念在跨文化语境下出现语义漂移：中文语境中的滋补偏向调理身体-维系文化身份的联想空间，英文语境中则更接近补充营养-提升功能与绩效的逻辑(Peacock et al., 2019; Nichols, 2021; Kadier et al., 2025)。

为了在实证层面捕捉这一差异，本研究可进一步结合前文提出的语料方法，对文化嵌入和科学-消费两类话语资源的使用强度进行操作化度量。例如，可将与文化传统(如历史，文化，民族，传承)、家庭/集体(如家人，长辈，国家，人民)相关的词项归为文化嵌入语汇，将与科学证据(如临床试验，随机对照，meta-analysis)以及市场与消费(如品牌，促销，消费者，监管)相关的词项归为科学-消费语汇。

4 文化框架与价值导向

4.1 整体观 vs. 营养素/生物医学模型

在滋补概念的跨文化话语建构中，身体观差异构成了最核心、也最具解释力的文化分野。中文媒体普遍以整体性身体观为基础，将人体视为一个与自然环境、社会关系及情绪状态持续互动的动态系统，强调气血、阴阳、脏腑功能以及季节变化对个体状态的综合影响(Chan et al., 2002; Qiu, 2024; Hu, 2025)。传统中医所体现的身-心-境一体化视角，将滋补理解为同时包含调、养、补的连续性过程，而非一次性或单一维度的干预(Bresler, 2019; Hu, 2025)。媒体常见的顺时调养、因人施补、虚实辨证等表达，指向的正是一种将

身体理解为与自然节律、生活方式和情绪状态共同构成的交互性体系的知识模型(Chan et al., 2002; Qiu, 2024)。在这一框架下, 滋补被视为协调阴阳、调和气血的过程, 是维持整体平衡与预防失调的重要途径, 而不仅是单纯摄入某种营养的行为。

相较之下, 西方媒体在呈现 *nourishment*, *supplementation* 或 *wellness* 时, 话语基础更多依托营养素与生物医学模型, 将身体视为可被拆解、测量与调控的生物组成模块集合。健康被普遍还原为一系列可量化的指标, 如维生素水平、能量摄入、血脂或炎症标志物等, 并通过针对性的补充与干预来纠正缺陷或优化特定功能(Bresler, 2019; Kadier et al., 2025)。在这一模型中, 滋补通常被等同为补充缺失的微量营养素、提高某一生理功能或降低特定健康风险。媒体报道侧重于活性成分、剂量、实验结果与风险-收益分析, 体现出明显的分解主义与循证导向(Kadier et al., 2025)。身体被理解为可以通过成分调控与指标管理来修复或增强的生物机器, 而健康的文化经验与象征意义则相对被弱化。

总体而言, 中文媒体的话语建构将身体塑造为宇宙与社会的缩影, 强调人与自然、家庭与社会之间的连续性, 因而滋补被赋予整合身心、延续文化与维系伦理关系的丰富内涵(Qiu, 2024; Hu, 2025); 西方媒体则更偏向于把身体视为一套可被标准化与优化的生物系统, 滋补主要通过营养与证据语言来界定, 体现了科学理性与生物医学范式的主导地位(Bresler, 2019; Kadier et al., 2025)。

4.2 日常自我修养 vs. 个体选择与生活方式品牌化

中文语境中的滋补/养生话语, 根植于日常自我修养的价值传统。受儒家、道家与中医思想的共同影响, 自我修养被视为贯穿一生的道德、身体与精神的精进过程, 强调通过有纪律的生活实践、节制与顺应自然来维系身心和谐(Kohn, 2020; Qiu, 2024; Chen et al., 2025)。在这种框架下, 健康实践不仅是功能性的行为, 更承载伦理和文化意义, 是个人德行、家庭责任与社会秩序的综合体现(Qiu, 2024; Hu, 2025)。中文媒体因此常将滋补描绘为缓慢、持续且节律化的日常修养活动-强调长期坚持、因人而异、贵在平衡, 而非追求立竿见影的快速提升。

同时, 这一价值结构呈现出显著的个体-家庭-社会三重嵌入: 个体的健康实践与家庭福祉乃至社会和谐被视为相互联结。媒体叙事中长辈为家人准备滋补食材、节气性进补或家庭团聚中的滋补仪式, 体现出健康实践与孝道、亲情和代际责任紧密相连(Qiu, 2024; Chen et al., 2025; Jin et al., 2025)。国家层面关于健康中国、中医药文化传承的政策话语, 又进一步将个体的滋补行为置于公共健康与文化延续的宏大叙事中, 强化其日常修养即公共价值实践的意涵(Hu, 2025)。

与之形成鲜明对照的是, 西方媒体主导的价值框架强调个体选择与自我优化, 并通过消费者赋权与生活方式品牌化的语言加以表达。养生产品与补充剂被塑造为自我提升、自我表达与身份风格的工具, 健康被视为可通过购买、试验与组合不同方案而不断优化个人项目(Reddy and Dam, 2020; Kadier et al., 2025)。选用特定品牌或趋势性产品, 被建构为品味、地位与生活方式的体现, 健康也因此成为一种可消费的身份符号(Reddy and Dam, 2020)。品牌策略利用科学声明、名人代言与社交媒体传播, 将传统或异文化实践包装为新奇、天然、高效的生活方式选择, 迎合消费者对新鲜感、有效性与差异化的追求(Reddy and Dam, 2020; Kadier et al., 2025) (表 1)。

表 1 中西媒体滋补话语中的文化认同与身份建构维度比较
Table 1 Comparative identity and cultural recognition dimensions in Chinese and Western nourishment discourse

维度 Dimensions	中药 Chinese Media	西药 Western Media
核心身份承载者 Core bearers of identity	国家/民族/家庭 Nation/ethnicity/family	个体/圈层/品牌 Individuals/social circles/brands
主要话语资源 Primary discursive resources	历史与传统 History, tradition, cultural heritage	新奇性与差异化 Novelty, differentiation, trendiness
主导消费动机 Dominant consumption motivations	文化共鸣/民族认同 Cultural resonance, national identity, heritage-based value	好奇/时尚/功能期待 Curiosity, fashion orientation, functional expectations
典型语篇标签 Typical discursive labels	文化自信, 国潮, 本草 Cultural confidence, Guochao, Herbal/classics	异域化的; 超级食物; 东方健康秘密 Exotic, Superfood, Eastern secrets

4.3 文化自信 vs.异文化消费

在文化认同层面，中国媒体对滋补与中医相关话语的建构与文化自信、民族复兴、中国方案等宏观叙事紧密相连。中医在政策与宣传层面被定位为国家健康体系与文化软实力的重要组成部分，其历史深度、理论独特性与国际传播被反复强调(Hu, 2025; Zhao et al., 2023; Wang et al., 2025)。在这一框架下，选择中医或传统滋补产品不仅是健康行为，也被刻画为对本土文化的支持与认同，是参与民族文化延续、践行文明自觉的具体方式(Zhao et al., 2023; Wang et al., 2025)。

消费者民族中心主义研究进一步显示，对本土文化和国家的认同会显著影响中医相关产品的消费意愿，传统健康食品往往被年轻消费者视为支持中国品牌、践行中国式健康的象征性选择(Jin et al., 2025; Wang et al., 2025)。媒体在报道相关消费现象时，也常将这类选择与文化自信、国潮崛起、本草回归等宏观叙事相连接，使滋补成为连接个体日常实践与国家文化身份的中介符号(Hu, 2025; Jin et al., 2025)。

与之对应，在许多西方语境中，源自中医或其他非西方传统的滋补实践更常被放置于异文化消费与文化挪用的框架之下。传统草药、药膳或体质观念被解读为新奇、替代、东方智慧，在脱离原有文化语境的前提下被重新包装，以迎合西方市场对差异性与故事性的需求(Kadier et al., 2025; Reddy and Dam, 2020)。这一过程往往强调产品的天然、古老、神秘特质，却弱化其在原文化中与伦理、宗教、宇宙观与日常生活紧密相连的复杂内涵(Kadier et al., 2025)。

尽管西方部分消费者会出于对真实或文化连接的追求更深入理解这些传统实践，但主导模式仍是选择性采纳和趋势性尝试：从某种超级食物(superfood)到某种排毒汤方，传统滋补被转化为可随时更换的生活方式符号，而不必真正承诺于其背后的世界观与伦理体系(Reddy and Dam, 2020)。这使得西方语境中的滋补身份更多呈现碎片化与流动化特征，由个体偏好与市场趋势塑形，而非由稳定的集体文化传统所支撑(Zhao et al., 2023; Kadier et al., 2025)。

5 滋补概念的语义漂移

5.1 语义弱化：英文对应词汇对中医系统含义的削弱

在跨语言传播过程中，滋补这一根植于传统中医知识体系的核心概念，在进入英语语境时首先经历的是明显的语义弱化。在中医语境中，滋补并非单一指向营养摄入，而是植根于理-法-方-药系统之中的综合性实践，涉及阴阳平衡、气血运行、脏腑功能调节、体质辨识以及治未病等一整套整体健康哲学(Lu and Coxhead, 2023; Liu et al., 2025)。然而，在英语媒体与大众健康传播中，滋补常被译为 *nourishment*, *tonics*, *supplements* 等高度普适、文化负载较弱的词汇，这些等值选择在形式上实现了可理解性，却在语义层面削弱了滋补与中医整体理论之间的系统性关联(Lu and Coxhead, 2023)。

已有研究指出，中医专业词汇在跨语种语境中的系统翻译长期存在去哲学化、去系统化的问题，如气、阴阳等概念往往被省略、弱化或仅以功能性近义词处理，使非中文语境的受众难以接触到其背后的整体世界观(Lu and Coxhead, 2023)。在这一背景下，滋补被包裹在一系列 *enhance immunity*, *boost energy*, *improve wellbeing* 等熟悉的生物医学表达中(Liu et al., 2025)，但这些词汇无法准确承载虚实辨证、体质差异、顺应时令等高度情境化的中医内涵。语义弱化由此表现为：原本带有系统哲学与细致分类(如滋阴补肾，益气养血，健脾益胃)的复杂概念，被压缩为一组功能性、模糊化的健康诉求。

进一步的语义弱化也与英语健康话语中生物医学与营养学范式的主导地位有关。当滋补被重新表述为增强免疫力、提升能量、帮助恢复的一般性功能表达时，中医所强调的整体调理、长程平衡与个体化照护被压缩为短期、局部、指标化的效应(Liu et al., 2025)。在缺乏标准化且具文化敏感度的翻译策略的情况下，滋补在跨文化传播中更容易被理解为一组容易消费的健康口号，而不是一套自洽的健康哲学与临床实践系统。

5.2 被简化为营养提升/超级食物

在完成语义弱化之后，滋补的跨文化传播往往进入第二阶段：语义重编码。在以功能营养与健康商品化为主导的西方健康市场中，传统食材和中医相关产品被日益重编码为营养提升或超级食物，以适配现有的健康价值评估与营销框架(Loyer and Knight, 2018; Magrach and Sanz, 2020; Liu et al., 2021)。

超级食物本身就是一种高度营销化的概念，它通过强调某类食材在抗氧化能力、维生素含量或某项特定营养指标上的相对优势，将其定位为养生市场中的优质选项(Liu et al., 2021)。在这一框架下，滋补的文化语境被弱化，其价值被重写为：

- 1)是否具有实验支持的特定功效；
- 2)是否适合被纳入现代饮食结构；
- 3)是否能够作为高性价比的健康投资。

例如，红枣、枸杞、燕窝等传统被视为滋补的食材，在英语世界中经常被包装为含抗氧化剂、胶原蛋白或免疫调节因子的 *superfoods*，重点突出 *high in antioxidants, supports skin health, enhances energy metabolism* 等描述(Loyer and Knight, 2018; Liu et al., 2021)。由此，滋补的文化与哲学内涵被压缩到一组可量化的营养属性之中，其价值判断与消费正当性被锚定在科学指标与市场逻辑上(Magrach and Sanz, 2020)。

这种重编码并不仅仅是翻译层面的替换，而是一个由媒体、产业与消费者共同参与的意义重塑机制。一方面，食品与保健品企业主动采用 *superfood* 与 *functional ingredients* 的话语来增加产品的可见度与说服力；另一方面，消费者对高营养值、天然、高效的期待，也推动了这一标签的广泛使用(Liu et al., 2021)。在这一双向作用下，传统滋补实践被拆解-重组为一套以营养优越性和功能优势为核心的商品话语单元(Loyer and Knight, 2018; Magrach and Sanz, 2020)。

5.3 被包装为异文化健康潮流

在语义弱化与重编码之后，滋补在西方语境中往往进入语义漂移的第三阶段：文化再建构。此时，滋补不再仅是营养提升或超级食物的技术性标签，而是被进一步包装为一种异域化的养生潮流，成为满足西方消费者对原始、纯净、真实健康文化想象的重要符号资源(Loyer and Knight, 2018)。

Loyer 和 Knight (2018)指出，以印加玛卡为代表的超级食物被构造为营养原始主义的典型对象：通过强调其来自未被污染的原始文化、古老部落的智慧，营销话语将其设定为优于现代饮食的原初健康范式。类似逻辑在滋补传播中也屡见不鲜：中医草药与药膳被描绘为 *ancient Asian remedies, East-Asian holistic wisdom*，并被嵌入瑜伽、冥想、植物性饮食等全球化身心实践的组合套餐中(Magrach and Sanz, 2020; Li et al., 2021)。

在这一框架下，滋补不再被视为植根于特定社会-历史情境与医疗实践的本土知识，而是成为可自由抽取、组合与再包装的文化符号。其他者性、神秘感、传统性被夸大，背后的生产关系、地域限制、文化责任与伦理内涵却被系统性弱化甚至抹除(Loyer and Knight, 2018; Magrach and Sanz, 2020)。

文化再建构往往伴随选择性挪用：具视觉冲击力、故事性强的元素(如宫廷秘方，千年古方，少数民族秘制等)被突出，用以增强产品的差异化与叙事张力；而对原文化内部关于适应症、禁忌、伦理规范甚至资源可持续性的讨论则被边缘化(Loyer and Knight, 2018; Magrach and Sanz, 2020)。在全球 *superfoods* 需求激增的背景下，这种再建构还可能带来环境与社会后果，如特定作物的过度开采、产地社区利益失衡等(Magrach and Sanz, 2020)。

6 跨文化传播的启示与问题

6.1 传播机遇

随着全球健康意识不断上升，以整体观、预防性调理和生活方式干预为核心的中医健康理念，正在与自然疗愈、植物基饮食、身心整合等西方健康趋势形成新的交汇点(Seo and Fillebrown, 2024; Kadier et al., 2025)。在这一背景下，滋补、养生、气血调和等传统概念逐渐被纳入全球健康话语，被重新理解和再阐释为对单一生物医学模式的补充与修正(Kadier et al., 2025)。

一方面，中医在全球医疗体系中的制度性嵌入-包括海外中医院校的设立、中医医疗中心的扩展，以及部分国家将中医/针灸等纳入医保或补充医疗体系-显著提升了其国际可见度与制度合法性，为滋补话语的国际呈现提供了结构性支撑(Seo and Fillebrown, 2024; Xu et al., 2025)。中医不再只是替代医学，而逐步被视为可与西方生物医学互补的整合医学资源(Kadier et al., 2025)。

另一方面，数字化转型与新媒体平台的普及极大拓展了中医与滋补概念的传播渠道。从官方机构主导的科普内容，到民间从业者和普通用户分享的养生短视频、饮食调理经验与跨国消费者的使用反馈，多层主体共同参与了滋补在跨文化语境中的意义再生产(Yang, 2024; Chen et al., 2025)。新媒体的互动机制、算法推荐与跨语种传播功能，使滋补从静态文化符号逐步转向跨文化生活方式实践：它既作为健康策略被采用，又作为东方式生活审美被模仿与消费(Chen et al., 2025; Xu et al., 2025)。

更为重要的是，中医与滋补话语的国际传播为中国文化软实力建设与文化认同对话提供了新契机。通过以中医为载体讲述中国式健康观，中国可以在全球健康治理与文化交流中呈现自身独特的哲学传统与文明积淀，强化健康中国与文化自信等宏观叙事在国际场域中的可见度(Seo and Fillebrown, 2024; Yang, 2024; Chen et al., 2025)。

6.2 传播风险

尽管滋补话语在全球健康市场中显现出显著的扩张潜力，但其跨文化传播也伴随着明显的风险，其中最突出的即概念的商品化与文化语境的丧失。为了推动中医相关产品的国际化，复杂的文化-医理复合实践往往被简化、标准化乃至彻底商品化，进而被重新包装为符合西方消费预期的 *superfoods functional supplements* 与 *natural health solutions* (Seo and Fillebrown, 2024; Kadier et al., 2025)。在这一过程中，滋补原本强调的体质差异性、长期调理性与整体健康观容易被压缩为快速提升能量 短期增强免疫 即刻见效等线性功效诉求(Kadier et al., 2025)。

这种语义压缩与功能化呈现，使滋补逐步脱离其中医哲学与伦理框架，转而作为全球健康消费产业链中的功能性产品标签。如果商业运营逻辑持续主导话语建构，滋补的文化深度与理论根基可能被遮蔽，最终沦为一种可替换、可复制的通用健康标语(Seo and Fillebrown, 2024)。

此外，翻译不足、文化误读与本地化策略缺失等问题，也加剧了滋补在跨文化传播中的意义偏移风险。既有研究指出，中医文化对外传播中，术语翻译缺乏标准化、译者专业背景参差不齐、目标受众知识基础被过度假定等问题，容易导致概念被误读、误用或仅停留在浅层理解(Lin, 2016; Han, 2025)。在缺乏系统性评估机制与文化适配策略的情况下，海外受众往往将滋补理解为某种东方营养热点，而非一套嵌入特定哲学与生活方式的健康实践(Yang, 2024; Han, 2025)。

这类去语境化-再语境化的双重过程，意味着滋补在离开原有文化土壤后，一方面失去了原本的理论框架与伦理规定，另一方面又被嵌入新的健康话语与市场逻辑中(如营养科学，风险管理，个体责任等)，从而与中国语境下的核心价值产生结构性不对称(Seo and Fillebrown, 2024; Kadier et al., 2025)。

6.3 话语权问题

在跨文化传播过程中，如何维护滋补概念的知识完整性与话语权，是当前中医国际传播与文化战略中的关键议题。随着滋补在国际舞台上的曝光度不断提高，其解释权和呈现方式往往逐步被目标文化的媒体、市场主体乃至跨国品牌和第三方话语所重塑(Seo and Fillebrown, 2024; Kadier et al., 2025)。如果缺乏来自源文化方的系统性阐释、学术支撑与话语设计，滋补极有可能从中医知识体系的重要概念退化成为一种被外部塑造的文化想象，丧失其哲学深度与理论根基(Guo, 2018; Zeng, 2024)。

国际话语权研究指出，提升中国在全球叙事中的话语权，既包括提升可见度(visibility)，更包括对叙事框架与评价标准的主动塑形能力(Guo, 2018; Zeng, 2024)。在滋补及中医保健理念的跨文化传播中，这意味着不仅要走出去，更要讲得清、讲得准、讲得深，即在内容上展现中医的哲学厚度与文化复杂性，在形式上实现本地化理解与情感共鸣(Pan and Guo, 2022; Yang, 2024; Chen et al., 2025)。

具体而言，保持滋补话语深度需要在以下几个层面开展制度化与系统化努力：

1)知识翻译与术语体系层面

建立标准化、可操作的跨语种术语体系，对滋补、养生、气、阴阳等核心概念进行分层次、多语种、跨平台的一致性翻译与解释(Lin, 2016; Pan and Guo, 2022; Han, 2025)。这不仅涉及语言形式，也涉及概念结构的跨文化再建模，以避免在传播中被简单功能化或趣味化。

2)学术话语与媒体话语的联动层面

鼓励在国际学术期刊中以双语或面向全球学界可读的方式发表中医营养学、传统食补研究与跨文化临床研究,从学术层面巩固滋补概念的理论地位与证据基础(Chen et al., 2025; Xu et al., 2025)。同时,在媒体报道和新媒体内容中有意识地引入这些研究成果,用可被验证的科学证据+可被共情的文化叙事构建复合型话语(Yang, 2024; Zhang and Wang, 2024)。

3)叙事策略与本地化创制层面

通过跨文化叙事策略,将滋补与目标社会现有的健康关切(如慢性病管理,心理健康,可持续饮食等)进行有机对接,避免仅停留在异域风情与猎奇层面(Pan and Guo, 2022; Yang, 2024)。强调真实的中国故事、日常的中国经验,而非抽象的符号呈现,有助于在海外受众中激发更持久的认知与情感认同(Zeng, 2024; Zhang and Wang, 2024; Chen et al., 2025)。

通过上述机遇、风险与话语权层面的综合考察,可以看到,滋补在跨文化传播中的挑战并非孤立的翻译或营销问题,而是牵涉知识体系、文化认同、市场机制与国际政治的多维议题。如何在走出去的同时保持其文化复杂性与理论深度,将是未来跨文化健康传播研究与实践需要共同面对的关键任务。

7 总结与展望

本研究比较中西媒体对滋补/养生概念的呈现,揭示了两种媒体系统在健康知识体系与意义建构上的差异。中文媒体多依托传统医学、本土习俗与整体性健康观,通过体质调理、季节节律等资源构建滋补的意义框架,将个体养生实践置于文化遗产-国家认同-集体福祉的叙事之中,使滋补兼具健康实践与文化象征属性。西方媒体在呈现 *nourishment*、*supplements*、*wellness* 等近似概念时,则更侧重个体利益与市场逻辑,围绕营养科学、功能成分与个人责任组织话语,将滋补纳入生活方式消费和自我优化工具的框架,弱化其历史文化维度与集体价值意涵。这种对比折射出中文语境偏向整体论与关系论、西方语境偏向个体主义与功能主义的认知模型,滋补话语在其中参与塑造并强化各自的文化认同与价值取向。

研究进一步发现,滋补在跨文化传播中存在明显语义漂移,其内涵随媒体语境与翻译策略而不断被重构。在中文语境中,滋补是兼具医理与生活哲学的纲领性概念,嵌入中医整体观、体质辨识与治未病实践;在西方媒体与全球健康市场中,则常被简化和商品化,重新界定为功能性摄入或消费化健康实践的一部分。该过程主要体现为三种压缩:由整体性健康观转化为可量化的功能效果(如 *boost immunity*, *increase energy*);由文化-医理系统转化为 *superfood*、*functional supplement* 等商品标签;由情境化实践改写为可替换的标准化消费行为。语义漂移一方面提高了滋补在国际语境中的可传播性,另一方面也削弱其哲学深度与文化复杂性,甚至可能固化为带有刻板印象的异国健康符号。

未来研究可进一步关注数字平台与智能技术对滋补跨文化传播路径的影响。一方面,社交媒体为概念协商与再解释提供了动态空间,不同主体通过话题建构与标签化表达参与意义生产;另一方面,人工智能翻译与语言模型在降低语言门槛、加速传播的同时,也可能放大既有简化与偏见。结合大数据与自然语言处理技术的受众研究,有望更准确地描绘滋补在不同文化圈层中的解读与再书写过程,为跨文化健康传播提供反馈与调适依据,在促进概念流动与知识共享的同时,维护多元健康观与本土知识体系的正当性。

作者贡献

安圆圆是本研究的执行人,完成文献调研与数据分析,论文初稿的写作与修改。作者本人阅读并同意最终的文本。

致谢

本研究由吉林省高等教育教学课题(应用型本科院校翻译教学中中华优秀传统文化数智化教学创新路径与实践研究,项目编号 JGJX25D1126)和吉林省教育厅社科项目(吉林省参茸文化翻译伦理与跨文化比较研究)共同支持。

参考文献

- Abdumalikovna U., 2025, Metaphorical use of color in political and media discourse: Evidence from English and Uzbek, *European International Journal of Philological Sciences*, 5(6): 16.
<https://doi.org/10.55640/eijps-05-06-16>
- Arefin S., and Team G., 2025, The role of nutritional supplements in modern health: Achieving cellular balance for optimal wellness, *Social Science and Humanities Journal*, 9(1): 1600.
<https://doi.org/10.18535/sshj.v9i01.1600>

- Bresler D.E., 2019, Chinese medicine and holistic health, In *Health for the Whole Person*, Routledge, New York, pp.20.
<https://doi.org/10.4324/9780429052088-27>
- Chen B., Chao G., Qian C., Liu X., and Zhang C., 2025, How can Confucian self-cultivation enhance academic engagement among Chinese college students? Examining the mediating roles of resilience and peace of mind, *Journal of Affective Disorders*, 356: 119415.
<https://doi.org/10.1016/j.jad.2025.119415>
- Chan C., Ho P., and Chow E., 2002, A body-mind-spirit model in health, *Social Work in Health Care*, 34(3): 261-282.
https://doi.org/10.1300/J010v34n03_02
- Chen Y., Li X., and Sha Y., 2025, Cross-cultural communication strategies for traditional Chinese medicine: A pathway to cultural confidence, *Journal of Sociology and Education*, 1(2): 15.
<https://doi.org/10.63887/jse.2025.1.2.15>
- Chen Y., Li X., and Sha Y., 2025, Strategic analysis on promoting international dissemination of traditional Chinese medicine (TCM) culture via new media platforms, *Lecture Notes in Education, Arts, Management and Social Science*, 3(4): 944.
<https://doi.org/10.18063/lne.v3i4.944>
- Deckker D., Sumanasekara S., and Ammanamanchi S., 2025, Positive vs. negative collocates of Indian-origin words in Western media: A corpus-based critical discourse analysis, *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9: 0398.
<https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.906000398>
- Entman R.M., 1993, Framing: toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, 43(4): 51-58.
- Fekete M., Lehoczi A., Tarantini S., Fazekas-Pongor V., Csipő T., Csizmadia Z., and Varga J., 2023, Improving cognitive function with nutritional supplements in aging: A comprehensive narrative review, *Nutrients*, 15(24): 5116.
<https://doi.org/10.3390/nu15245116>
- Firth J., Teasdale S., Allott K., Siskind D., Marx W., Cotter J., Veronese N., Schuch F., Smith L., Solmi M., Carvalho A.F., Vancampfort D., Berk M., Stubbs B., and Sarris J., 2019, The efficacy and safety of nutrient supplements in the treatment of mental disorders, *World Psychiatry*, 18(3): 308-324.
<https://doi.org/10.1002/wps.20672>
- Ge Y., 2025, The linguocultural concept of pandemic пандемия in Chinese, English, and Russian linguistic consciousness, *Philosophy, Ethics, and Humanities in Medicine*, 20: 168.
<https://doi.org/10.1186/s13010-025-00168-0>
- Gu S., and Pei J., 2017, Innovating Chinese herbal medicine: From traditional health practice to scientific drug discovery, *Frontiers in Pharmacology*, 8: 381.
<https://doi.org/10.3389/fphar.2017.00381>
- Gudykunst W.B., 2004, *Bridging Differences: Effective Intergroup Communication* (4th ed.), Sage, Thousand Oaks, pp.113.
- Guan M., Pan D., Zhang M., Leng X., and Yao B., 2021, Deer antler extract potentially facilitates xiphoid cartilage growth and regeneration, *Journal of Orthopaedic Surgery and Research*, 16: 350.
<https://doi.org/10.1186/s13018-021-02350-4>
- Guan Y., and Forceville C., 2020, Making cross-cultural meaning in five Chinese promotion clips, *Intercultural Pragmatics*, 17(2): 123-149.
<https://doi.org/10.1515/ip-2020-0007>
- Gui L., 2021, Media framing of fighting COVID-19 in China, *Sociology of Health and Illness*, 43(4): 966-970.
<https://doi.org/10.1111/1467-9566.13271>
- Guo M., 2018, Cultural confidence and China's international discourse power, In *Proceedings of ICESCM 2018*, pp.490-495.
<https://doi.org/10.2991/icescm-18.2018.114>
- Han Q., 2025, Evaluation indicators and optimization path for intercultural communication competence of traditional Chinese medicine, *Advanced Medical Research*, 4(1): 448.
<https://doi.org/10.62836/amr.v4i1.448>
- Hu Y., 2025, Clinical advantages of traditional Chinese medicine in the context of Healthy China, *Theoretical and Natural Science*, pp.22551.
<https://doi.org/10.54254/2753-8818/2025.22551>
- Huang M., 2024, Cross-cultural communication in the digital era, *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 54: 1566.
<https://doi.org/10.54254/2753-7048/54/20241566>
- Jin R., Liu X., Zhu Y., and Yang X., 2025, Formation mechanism of traditional Chinese health food purchase intention, *Sustainability*, 17(2): 707.
<https://doi.org/10.3390/su17020707>
- Kadier A., Ablimit M., Tursun H., and Ablat N., 2025, The western transmission of traditional Chinese medicine, *Frontiers in Pharmacology*, 16: 1589275.
<https://doi.org/10.3389/fphar.2025.1589275>
- Kohn L., 2020, The Xuanxue lifestyle: self-cultivation and qi practices, In *Daoism and Lifestyle*, Springer, pp.479-499.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-49228-1_24
- Li Y., 2025, Mediating cultural exchange and social identity: Examining the media's role in Macau's dynamic cross-cultural context, *Power System Technology*, 49(1): 1652.
<https://doi.org/10.52783/pst.1652>
- Liu H., Meng-Lewis Y., Ibrahim F., and Zhu X., 2021, Superfoods, super healthy: myth or reality? examining consumers' repurchase and WOM intention regarding superfoods: A theory of consumption values perspective, *Journal of Business Research*, 137: 69-88.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.018>

- Liu Y., Yuan Y., Yan K., Li Y., Sacca V., Hodges S., Cannistrà M., Jeong P., Wu J., and Kong J., 2025, Evaluating the role of large language models in traditional Chinese medicine diagnosis and treatment recommendations, *NPJ Digital Medicine*, 8(1): 466.
<https://doi.org/10.1038/s41746-025-01845-2>
- Loyer J., and Knight C., 2018, Selling the Inca superfood: Nutritional primitivism in superfoods books and maca marketing, *Food Culture and Society*, 21(4): 449-467.
- Lu C., and Coxhead A., 2023, Specialized vocabulary across languages: the case of traditional Chinese medicine, *Studies in Second Language Learning and Teaching*, 13(4): 681-706.
- Magrach A., and Sanz M.J., 2020, Environmental and social consequences of the increase in the demand for superfoods world-wide, *People and Nature*, 2(2): 267-278.
<https://doi.org/10.1002/pan3.10085>
- Melero-Bolaños R., Gutiérrez-Villar B., Montero-Simó M., Araque-Padilla R., and Olarte-Sánchez C., 2025, Media influence on the perceived safety of dietary supplements for children: a content analysis of Spanish news outlets, *Nutrients*, 17(6): 951.
<https://doi.org/10.3390/nu17060951>
- Miao P., 2025, Malaria in China: a discourse-historical perspective, *Frontiers in Medicine*, 12: 1590518.
<https://doi.org/10.3389/fmed.2025.1590518>
- Nichols R., 2021, Understanding East Asian holistic cognitive style and its cultural evolution: a multi-disciplinary case study of traditional Chinese medicine, *Journal of Cultural Cognitive Science*, 5: 17-36.
<https://doi.org/10.1007/s41809-021-00075-8>
- O'Neill R., 2020, Pursuing wellness: considerations for media studies, *Television and New Media*, 21: 628-634.
<https://doi.org/10.1177/1527476420919703>
- Pan J., 2024a, A corpus-based comparative study of Chinese and Western media image construction of TCM-related personnel, *English Language Teaching*, 17(9): 71-82.
<https://doi.org/10.5539/elt.v17n9p71>
- Pan J., 2024b, Construction of TCM institution image: a corpus-based comparative critical discourse study of Chinese and Western mainstream media reports, *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(8): 312-325.
<https://doi.org/10.14738/assrj.118.17494>
- Pan L., and Guo X., 2022, The inheritance of national culture and the significance of international publicity translation, *OALib*, 9(3): 1-13.
<https://doi.org/10.4236/oalib.1108787>
- Pan Z., 2022, Changes in metaphor use in media discourse: a corpus-assisted diachronic study (2007-2018), *Humanities and Social Sciences*, 10(3): 134-141.
<https://doi.org/10.11648/j.hss.20221003.15>
- Parga A., and Coven H., 2025, When diet trends go viral: Cutaneous manifestations of social media-driven fad diets and supplements, *Cureus*, 17(6): e86334.
<https://doi.org/10.7759/cureus.86334>
- Peacock M., Badea M., Bruno F., Timotijevic L., Laccisaglia M., Hodgkins C., Raats M., and Egan B., 2019, Herbal supplements in the print media: Communicating benefits and risks, *BMC Complementary and Alternative Medicine*, 19: 196.
<https://doi.org/10.1186/s12906-019-2602-9>
- Peng A., and Chen S., 2021, Traditional Chinese medicine works: a politicised scientific debate in the COVID-19 pandemic, *Asian Journal of Communication*, 31: 421-435.
<https://doi.org/10.1080/01292986.2021.1913618>
- Qin F., and Chen S., 2025, A corpus-assisted discourse analysis on constructing the global image of traditional Chinese medicine, *International Journal of Linguistics*, 17(5): 41.
<https://doi.org/10.5296/ijl.v17i5.22918>
- Qin T., Zhang G., Zheng Y., Li S., Yuan Y., Li Q., Hu M., Si H., Wei G., Gao X., Cui X., Xia B., Ren J., Wang K., Ba H., Liu Z., Heller R., Li Z., Wang W., Huang J., Li C., and Qiu Q., 2023, A population of stem cells with strong regenerative potential discovered in deer antlers, *Science*, 379: 840-847.
<https://doi.org/10.1126/science.add0488>
- Qiu J., 2024, Exploration of the concept and path of traditional Chinese medicine health culture leading the new healthy lifestyle, *Journal of Contemporary Medical Practice*, 6(12): 49-55.
[https://doi.org/10.53469/jcmp.2024.06\(12\).49](https://doi.org/10.53469/jcmp.2024.06(12).49)
- Reddy G., and Dam R., 2020, Food, culture and identity in multicultural societies: Insights from Singapore, *Appetite*, 154: 104633.
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104633>
- Seo C., and Fillebrown C., 2024, Enhancing China's soft powers with traditional Chinese medicine and global healthcare integration, *Journal of Student Research*, 13(1): 6363.
<https://doi.org/10.47611/jsrhs.v13i1.6363>
- Sirico F., Miressi S., Castaldo C., Spera R., Montagnani S., Di Meglio F., and Nurzynska D., 2018, Habits and beliefs related to food supplements: results of a survey among Italian students of different education fields and levels, *PLOS ONE*, 13: e0191424.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191424>
- Wang D., Berg D., Ba H., Sun H., Wang Z., and Li C., 2019, Deer antler stem cells are a novel type of cells that sustain full regeneration of a mammalian organ-deer antler, *Cell Death and Disease*, 10(6): 443.
<https://doi.org/10.1038/s41419-019-1686-y>

- Wang D., Lu J., Zhou J., and Wong V., 2024, Useful or not? the discussion of traditional Chinese medicine to treat COVID-19 on a Chinese social networking site, *BMJ Global Health*, 9(6): e014398.
<https://doi.org/10.1136/bmjgh-2023-014398>
- Wang T., Li Z., Gong Z., and Tang Y., 2025, From cognitive bias to social identity: consumer ethnocentrism and traditional Chinese medicine consumption intentions in China, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 12: 1269.
<https://doi.org/10.1108/APJML-12-2024-1969>
- Wang W., Zhou H., Wang Y., Sang B., and Liu L., 2020, Current policies and measures on the development of traditional Chinese medicine in China, *Pharmacological Research*, 163: 105187.
<https://doi.org/10.1016/j.phrs.2020.105187>
- Wu Y., Zhao S., Zheng P., Liu H., Qu Z., Hou W., Yuan W., Feng T., Zhan X., Shen J., and Wang K., 2024, Beneficial effects of American ginseng (*Panax quinquefolius* L.) extract residue as a feed additive on production, health status, and gastrointestinal bacteria in sika deer (*Cervus nippon*), *Frontiers in Microbiology*, 15: 1344905.
<https://doi.org/10.3389/fmicb.2024.1344905>
- Xu Y., Yang Q., Xiao N., Zeng S., and Xie Z., 2025, Research on the digital transformation and cross-cultural communication of traditional Chinese medicine education system in the context of global standardization, *Journal of Contemporary Educational Research*, 9(5): 78-89.
<https://doi.org/10.26689/jcer.v9i5.10177>
- Yang Y., 2024, Chinese narrative discourse construction and foreign cultural communication strategies from a cross-cultural perspective, *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9: 1-15.
<https://doi.org/10.2478/amns-2024-3549>
- Yao B., Zhou Z., Zhang M., Leng X., and Zhao D., 2020, Investigating the molecular control of deer antler extract on articular cartilage, *Journal of Orthopaedic Surgery and Research*, 16: 8.
<https://doi.org/10.1186/s13018-020-02148-w>
- Yao M., 2025, The study of the effects of digital media applications in cross-cultural communication in the construction of cultural identity, *Acta Psychologica*, 258: 105247.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105247>
- Yi L., 2025, Cross-cultural attitude analysis in media discourse of Trump's presidential victory: a comparative study of British, American, and Indian written reports, *Journal of Linguistics and Communication Studies*, 4(2): 84-101.
<https://doi.org/10.56397/jlcs.2025.04.09>
- Zaliesnova O., 2021, Spanish media discourse in the context of cross cultural communication, *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*, 40: 194-211.
<https://doi.org/10.17721/2663-6530.2021.40.13>
- Zeng Z., 2024, How to enhance China's international discourse power, *International Journal of Education and Humanities*, 8(1): 23-31.
<https://doi.org/10.54097/t1k2nn23>
- Zhang F., 2024, A cognitive translation study of traditional Chinese health preservation culture: semantic reconstruction and cross-cultural transmission, *Scientific and Social Research*, 6(9): 8261.
<https://doi.org/10.26689/ssr.v6i9.8216>
- Zhang M., and Wang J., 2024, Research on the development path of traditional festival folklore and traditional Chinese medicine cultural resources from the perspective of cross-cultural communication, *Medical Research*, 6(4): 44-50.
<https://doi.org/10.6913/mrhk.060404>
- Zhao A., Dermody J., Koenig-Lewis N., and Hanmer-Lloyd S., 2023, Cultivating sustainable consumption: The role of harmonious cultural values and pro-environmental self-identity, *Journal of Consumer Behaviour*, 22(6): 1600-1616.
<https://doi.org/10.1002/cb.2261>
- Zhu G., 2021, A neoliberal transformation or the revival of ancient healing? a critical analysis of traditional Chinese medicine discourse on Chinese television, *Critical Public Health*, 32: 689-699.
<https://doi.org/10.1080/09581596.2021.1919290>
- Zhu L., 2022, Framing the political conflict discourse in Chinese media, *Journal of Language and Politics*, 21(6): 867-889.
<https://doi.org/10.1075/jlp.21005.zhu>
- 安圆圆, 徐迪, 金秀英, 2025, 人參分子育种领域科技英语语篇特征及其翻译策略研究, *分子植物育种*, 23(24): 8323-8329.